



An den  
Art Directors Club Deutschland  
Franklinstraße 15  
10587 Berlin

Wien, 4. Dezember 2006

Offener Brief an unsere Freunde  
vom Art Directors Club Deutschland.

Liebe Kolleginnen und Kollegen,  
lieber Vorstand des ADC Deutschland,

„den Herrschaften in Deutschland mal zu zeigen, wo der Hammer hängt“  
ist ein nettes Angebot. Und wir möchten euch nicht im Dunkeln  
darüber lassen, wie der Creativ Club Austria (CCA) darüber denkt:

1. Der ADC Deutschland ist ein ehrenwerter Club, der hervorragende Arbeiten auszeichnet. Dort zu gewinnen, ist für jeden Kreativen schön und wir sind überzeugt, dass das 2007 auch einigen Österreichern gelingen wird. Aber:
2. Ein wenig vergleicht man doch Schlagobers mit Schlachtsahne, wenn Juries aus dem deutschen Markt österreichische Arbeiten beurteilen. Viele davon kann man nur richtig einschätzen, wenn man den kulturellen Kontext, aus dem sie stammen, kennt.
3. Natürlich gibt es auch Arbeiten, die überall verständlich sind, weil sie unter Umgehung der österreichischen Sprache funktionieren. Aber zwingend ist es nicht, gerade die in Deutschland einzureichen. Aus Kostengründen empfiehlt sich da eher die Konzentration auf Cannes, London, Miami und (immer wichtiger) Portoroz.
4. So denken schließlich auch eure eigenen Mitglieder. Denn geht es um internationales Renommee, dann zählen eben die wirklich internationalen Wettbewerbe, siehe Punkt 3.
5. Denn die Aufgabe der CCA's und ADC's ist einfach: Förderung und Verbesserung des nationalen Kreativpotentials. Die Förderung der "deutschsprachigen" Werbung steht nicht in unseren beiden Statuten und auch nicht in den Statuten der Schweizer Freunde. Deshalb kann auch ein Nagel beim ADC Deutschland niemals eine Goldene Venus oder einen Schweizer Würfel ersetzen sondern nur ergänzen. Die Flut von Awards führt aber in Agenturen dazu, sich bei Einreichungen auf das Wichtige und Leistbare zu beschränken.



6. So hoch entwickelte Kreativmärkte wie Deutschland, Schweiz und Österreich sollten sich deshalb auf die wenigen wirklich internationalen Awards konzentrieren, wie Cannes, New York, Clio oder Portoroz. Oder als Gewinner in den nationalen Clubs auf den ADC\*E (Art Directors Club of Europe).
7. Wer sich lediglich im deutschsprachigen Bereich "messen" will, für den gibt es bereits genug Festivals der 3 Länder (Die Klappe, Litfasssäule, Berliner Type, CREA, ECON, bayrischer Anzeigenwettbewerb, BoB Award, etc.).
8. Wichtig scheint uns auch der ökonomische Aspekt: die Einreichung beim ADC-D kostet mehr aber leistet weniger als die Einreichung beim CCA. Während die Venus-Gewinner aus Österreich automatisch beim ADC of Europe im Rennen sind, sind sie es beim ADC-D nicht. Der ADC of Europe lässt nur die nationalen Gewinner zur Jury zu. (Diese wesentliche Einschränkung hat der ADC-D in seinem Call for Entry in Österreich unerwähnt gelassen oder einfach bloß übersehen.)
9. Der ADC-D hat außerdem keine Kategorie "Experiment, Forschung & Entwicklung". Nur in Österreich werden "freie Arbeiten" gewürdigt. Nur in Österreich wird zwischen faktischen und spekulativen Arbeiten klar unterschieden (was unserer Meinung nach beiden nützt). Der CCA ist da europaweit Schrittmacher.

Dass Österreicher aber durchaus imstande sind, deutsche Nägel einzuschlagen, zeigen einige unserer Mitglieder seit Jahrzehnten. Neu ist das nicht. Wir wünschen euch jedenfalls einen erfolgreichen Wettbewerb 2007 und senden ein

herzliches Servus,

Tibor Bárci  
für den Vorstand des Creativ Club Austria